

情報の送り手としての心がけ

情報を鵜呑みにせず、どんな意図で作られ送り出されているかを考えることは、自分が発信する側になるときに役立ちます。

言葉をはじめ、視覚聴覚に訴える表現は、大衆性・公共性が高いほど影響力が強くなるのでその作成にあたっては責任があります。

行政刊行物における性別表現を例に考えてみましょう。

行政が刊行物の表現で気をつける点

○男女いずれかに偏った表現になっていないか

<例>

- ・片方の性別だけがイメージされる表現
「～マン」「父兄」など
- ・男女ともに就業可能な職業であるにもかかわらず、性別で職種を固定した表現
運転手といえば男性、保育士なら女性、など
- ・女性の場合だけ性別を強調した表現
「女医」「女流作家」「女子アナ」など

○性別によって役割を固定した表現になっていないか

<例>

- ・家事、育児、介護をするのは決まって女性であるような表現
活躍の場は性別にかかわらず様々です
- ・地域や職場などでの中心的役割は男性で、女性は補助役という表現
- ・男女の優劣や主従関係を表す表現
「男性顔負けの活躍」「女性にも分かる」など

○女性をむやみに飾り物としていないか

<例>

- ・伝える内容と関係なく、女性を「人目を引くための道具」のように扱うことは、人格を無視した扱いに繋がっていきます

○その他

- ・一方の性別のみを対象とする場合、その理由などがわかるようになっているか

それがすべて？

また、情報そのものの信憑性についてですが、情報に触れるとき意識しておきたいことがあります。

「情報には事実とともに隠された（見えない）事実が存在する可能性がある」ということです。

ひとつの番組を自分でつくることを想像してみましょう。例えば数人にインタビューし、まとめます。全員分の意見を使うことはできない状況だとします。どれを選ぶか。意外性を出すか、堅実さをねらうか。なにが意外でなにが無難かの判定も、あなたの認識が基準になります。男性・女性をめぐる情報もしかりです。



誰のどんな意見を使うかで、いろいろな若者像や中年像、女性像や男性像を伝えることに・・・

メディアに映し出される情報はジグソーパズルのひとかげらです。一歩さがって他の部分があることも想像してみましょう。

思い込みの仕組みと見えない事実が重なり、「普通」を創りだす・・・そう考えると、普通というものは幻かもしれませんね。



頭のなかの情報処理

感じる。思う。考える。その過程で判断の基準とする知識は、何からできているのでしょうか。もちろん自分の経験もありますが、外から受け取った情報はかなりの割合を占めます。中でもテレビや雑誌のマスメディアや広告産業の影響は、その影響の大きさを自覚できないほど私たちの生活に浸透しています。衣・食・住、遊び、健康、世界のニュース・・・さまざまな出来事を伝えるとともに、それらは表現によって一人ひとりの考え方に深く働きかけてきます。

私たちはそうして受け取った情報を知識に変換していくわけですが、このときに注意すべきは、まず情報そのものの信憑性と、その情報を自分のなかで処理する過程で作用する「思い込みの仕組み」です。

不特定多数の人に向けて発信される内容のなかには、時として、それが世の中の周知の事実として表現されるものがあります。たとえば実際に自らが体験や遭遇したことがない事であっても、「皆様おなじみの～」と紹介されれば、その後はそのとおり認識するでしょう。

またさらに、身近な人の同様な意見に触れる機会があれば、その認識は世間の常識として定着していきます。



なにげない情報から、女性は家事というイメージは作られてゆく...

こうして頭の中に「常識」が形作られると、常識に合わない例に出会っても、常識を考え直す機会とはせず、無意識のうちに「例外」として頭を素通りさせてしまうことがあります。

統計的に多数であっても、個々人を取り上げてみると当てはまらない例は多々あります。「普通」や「みんな」、「常識」は多数派ではあっても、必ずしも「正しい」とは限りません。

イラストは、男性・女性をめぐる常識の例です。日常生活の仕事や性別で分けて考えることはありませんか？そしてそれは、お互いにとって効率的なものでしょうか。そうとは言えないとしたら...何を基準にしているのか、振り返ってみませんか？

いちいち定着する

そのイメージはなかなか修正できない